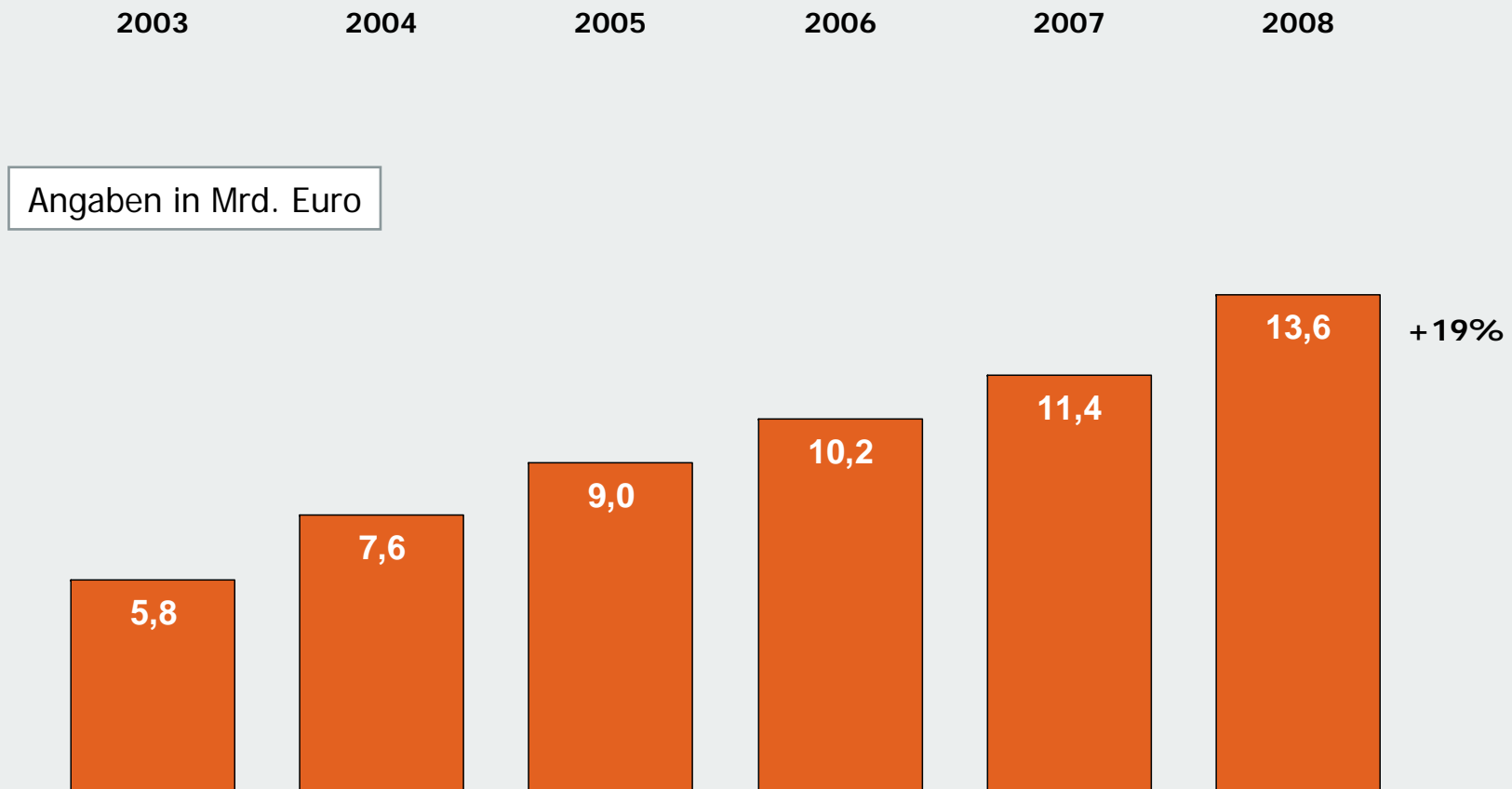


Produktmarkt Einzelhandel 2008 bei E-Commerce im Gleichschritt wachsend

1



GfK

Web*Scope 2008 - Fazit

2

Die Internet-Einkäufe von Einzelhandelsprodukten durch die Endverbraucher sind im Jahr 2008 insgesamt wieder zweistellig gewachsen (+19%).

Differenziert nach Produktbereichen zeigen sich jedoch unterschiedliche Entwicklungen:

Überproportionale Zuwächse verzeichnet der Bereich Mode gesamt und insbesondere Damenoberbekleidung, getrieben v. a. durch starke Zuwächse bei den Textilfilialisten (z. B. Esprit, H&M, S.Oliver, C&A).

Im Bereich Technik können Elektrogeräte ein überdurchschnittliches Wachstum aufweisen, während Multimedia eher durchschnittlich gewachsen ist.

Dagegen sind die Wachstumsraten des Bereiches Wohnen nur unterdurchschnittlich.



Methodensteckbrief:

3

Stichprobe: Feststehendes Panel von $n = 10.000$ deutschen Internet-Nutzern, die die deutschen Internet-Nutzer über 14 Jahre repräsentieren

Befragungsinhalte: Erfassung aller direkten Internet-Einkäufe von Einzelhandels-Produkten von deutschen Privatpersonen (ohne Kfz, ohne Lebensmittel).

Befragungsmethode: Schriftliche Abfrage in Form eines Tagebuchs, das von den Panelteilnehmern selbst kontinuierlich (nach Wunsch online oder offline) geführt wird.

Hochrechnung: Die Ergebnisse werden auf die Grundgesamtheit der Internet-Nutzer über 14 Jahren hochgerechnet.

Kontakt: Herbert Lechner
Tel. 0911 / 395-3668
Herbert.Lechner@gfk.com